

SIKAP, Vol 4 (No. 2), 2020, Hal 107-121
p-ISSN: 2541-1691 e-ISSN: 2599-1876

SISTEM INFORMASI, KEUANGAN, AUDITING DAN PERPAJAKAN

<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/sikap>

PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PENGGUNAAN E-SAMSAT OLEH PEMBAYAR PAJAK SAMSAT JAKARTA SELATAN

Arfah Habib Saragih

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

arfah.habib11@ui.ac.id

Rizka Khoirunnisa

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

rizka.khoirunnisa@gmail.com

Adang Hendrawan

Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Indonesia

adang.hendrawan@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis proses pembuatan keputusan penggunaan e-Samsat oleh Samsat Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teori innovation-decision process dan metode pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner dan wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam proses pengambilan keputusan penggunaan e-Samsat di Samsat Jakarta Selatan tahapan yang paling signifikan adalah tahap pengetahuan (knowledge) dimana mayoritas pembayar pajak tidak mengetahui apa itu layanan e-Samsat, sebaliknya, pembayar pajak yang mengetahui e-Samsat membentuk sikap positif terhadap inovasi e-Samsat. Sikap yang cenderung positif dikonfirmasi lagi dengan minat pembayar pajak yang mempertimbangkan akan membayar pajak menggunakan e-Samsat lain kali di masa depan.

Kata kunci: *e-Samsat; Difusi Inovasi; Pajak Kendaraan Bermotor*

THE DECISION-MAKING PROCESS OF E-SAMSAT ADOPTION AT SOUTH JAKARTA SAMSAT

Abstract

The purpose of this study was to analyze the decision-making process of e-Samsat adoption at South Jakarta Samsat. This study uses quantitative methods with innovation-decision process theory and the method of data collection is done through questionnaires and interviews. The results showed that in the decision-making process using e-Samsat in South Jakarta Samsat the most significant stage was the stage of knowledge where the majority of taxpayers did not know what e-Samsat services were. Despite the lack of knowledge, taxpayers who knew e-Samsat formed a positive attitude towards e-Samsat innovation. A positive attitude is confirmed again with the interest of taxpayers who are considering paying taxes using e-Samsat next time in the future.

Keywords: *e-Samsat, Diffusion Of Innovation, Motor Vehicle Tax*

PENDAHULUAN

Adanya kepentingan-kepentingan yang harus dipenuhi oleh warga negara menimbulkan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung yang dinamakan pelayanan. Moenir (1998) mendefinisikan pelayanan publik sebagai kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem, prosedur, dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya (h. 26). Menurut Gunadi (2003), hakekat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat dan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik. Untuk mengimbangi tuntutan warga negara atas pelayanan yang lebih, negara perlu mengadakan inovasi agar tetap relevan dengan zaman serta dapat memberikan hasil pelayanan yang prima dan produk keluaran yang optimal untuk rakyatnya yang dapat dicapai dengan berbagai inovasi kebijakan publik yang mempermudah negara melayani rakyat, salah satunya adalah dengan implementasi *e-government*.

Dalam praktiknya, *e-government* adalah penggunaan internet untuk melaksanakan urusan pemerintah dan penyediaan pelayanan publik yang lebih baik yang berorientasi pada pelayanan masyarakat (Indrajit, 2006). Dapat dilihat bahwa kelahiran *e-government* sangat berhubungan dengan pelayanan publik, lebih lanjut lagi didukung oleh pernyataan Lee (2009) bahwa tujuan dari *e-government* adalah penyampaian layanan pemerintah kepada masyarakat dengan lebih efektif. E-Samsat merupakan salah satu contoh implementasi *e-government* dan menjadi bentuk inovasi lanjutan atas SAMSAT. E-Samsat sendiri adalah sebuah layanan alternatif untuk membayar Pajak Kendaraan Bermotor, SWDKLLJ (Asuransi Jasa Raharja), dan Pengesahan STNK Tahunan secara elektronik melalui Channel Bank (ATM, Mobile Banking dan Internet Banking). Implementasi e-Samsat di Indonesia ada di beberapa provinsi, salah satunya adalah ibukota yaitu DKI Jakarta. Pengesahan e-Samsat di DKI Jakarta dilakukan pada tanggal 21 Juni 2016 di Balai Agung Balaikota Jakarta tepat bersamaan dengan HUT Kota Jakarta ke-486. Sebagai pelayanan publik terutama layanan perpajakan maka e-Samsat dilaksanakan berdasarkan peraturan perundang-undangan yaitu Peraturan Gubernur Provinsi DKI Jakarta Nomor 204 Tahun 2014 tentang Sistem Penerimaan Pajak Daerah secara Elektronik.

Seiring dengan perkembangan e-Samsat, muncul perbandingan jumlah antara Wajib Pajak dengan pengguna e-Samsat yang sangat signifikan dan harus menjadi bahan pertimbangan bagi para pemegang kepentingan. Selain potensi pengguna yang besar, banyak kemudahan dan manfaat yang dapat dicapai dengan e-Samsat, namun jumlah pengguna belum optimal hanya dapat mencapai lima ribu orang jika dibandingkan dengan jumlah kendaraan yang mencapai belasan juta. Hal ini melatarbelakangi penelitian ini untuk menganalisis penyebab mengapa tidak semua pembayar pajak mengadopsi e-Samsat kendati fasilitas yang semakin banyak dan mempermudah pembayar pajak dan penyebab pembayar pajak yang sudah menggunakan e-Samsat untuk akhirnya mengadopsi inovasi ini, dengan kata lain pengambilan keputusan untuk mengadopsi e-Samsat oleh pembayar pajak di SAMSAT Jakarta Selatan. Dalam penelitian ini digunakan teori difusi inovasi dari Everett M. Rogers (1995). Teori difusi inovasi mengenal sebuah proses yang dikenal dengan *innovation-decision process*, yaitu proses yang terjadi ketika individu pertama kali mengetahui inovasi hingga individu tersebut memilih untuk menggunakan atau menolak menggunakan inovasi tersebut. Pemilihan teori *innovation-decision process* dilakukan agar dapat memperdalam pemahaman dengan mendapatkan masukan dari pembayar pajak baik yang tidak menggunakan maupun yang sudah menggunakan e-Samsat.

Penelitian oleh Wigati (2016), Dewi (2018), Nurhamidah, et al (2018), dan Hertiarani (2015) juga membahas mengenai implementasi e-Samsat dan penggunaannya di berbagai wilayah di Indonesia. Penelitian Wigati (2016) menemukan bahwa pembayaran PKB melalui e-samsat ditinjau dari asas kemudahan administrasi yaitu dari asas *certainty*, dapat dikatakan belum

memenuhi; dari asas *convenience of payment*, dapat dikatakan memenuhi kenyamanan membayar; dari asas *efficiency*, dapat dikatakan terpenuhi baik dari sisi petugas pajak maupun Wajib Pajak; dari asas *simplicity*, pembayaran PKB melalui e-samsat belum begitu sederhana karena masih terdapat banyak kendala yang terjadi di lapangan sehingga mengurangi kemudahannya. Sementara berdasarkan penelitian Dewi (2018) faktor-faktor yang menyebabkan pembayar pajak mengadopsi e-Samsat adalah karena partisipasi era digitalisasi, kemudahan mendapatkan informasi jumlah pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor, efisiensi biaya, waktu, dan tempat, serta terhindar dari keterlambatan pembayaran, sementara faktor yang menyebabkan pembayar pajak menolak mengadopsi e-Samsat adalah keterbatasan pengetahuan, kerumitan alur pembayaran, kemudahan inovasi sebelum adanya e-Samsat, kurangnya sosialisasi, keterbatasan fasilitas perbankan, dan keterbatasan fasilitas internet. Penelitian Hertiarani (2015) mengungkapkan bahwa proses implementasi kebijakan e-Samsat tidak berjalan secara efektif; akses jaringan untuk kode membayar masih terbatas; ada kendala dalam pencocokan NIK (Nomor ID) di bank dan validitas kepemilikan kendaraan; dan kantor ini tidak menyediakan jaringan multi-Bank; dan kurangnya sosialisasi membuat orang tidak optimal memanfaatkan e-Samsat. Oleh karena itu tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis proses pengambilan keputusan penggunaan e-Samsat oleh pembayar pajak di SAMSAT Jakarta Selatan berdasarkan teori *innovation-decision process* oleh Everett M. Rogers.

TELAAH LITERATUR

Pajak Kendaraan Bermotor dan Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor

Pajak Kendaraan Bermotor (PKB) adalah pajak atas kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air. Pengenaannya tidak mutlak ada di seluruh daerah provinsi di Indonesia sesuai dengan karakteristik pajak daerah yang telah menjadi kewenangan pemerintah daerah dalam hal ini pemerintah provinsi karena PKB dipungut oleh pemerintah provinsi. PKB sendiri merupakan salah satu pajak daerah sebagai bentuk implementasi desentralisasi. Adanya desentralisasi ini sebagai salah satu cara untuk melepaskan diri dari jebakan pemerintahan yang tidak efektif dan efisien, ketidakstabilan ekonomi makro, dan pertumbuhan ekonomi yang tidak memadai (Bird, 1993). Subjek pajak PKB adalah orang pribadi atau badan yang memiliki dan atau menguasai kendaraan bermotor dan objek pajak PKB adalah kepemilikan dan/atau penguasaan kendaraan bermotor. Dasar pengenaan PKB dihitung dari perkalian dua unsur pokok yaitu Nilai Jual Kendaraan Bermotor (NJKB) dan bobot. NJKB diperoleh berdasarkan harga pasaran umum atas suatu kendaraan bermotor. Harga pasaran umum adalah harga rata-rata yang diperoleh dari sumber data, antara lain agen tunggal pemegang merek (ATPM) dan asosiasi penjual kendaraan bermotor (Siahaan, 2005, h. 143). Bobot adalah suatu koefisien yang mencerminkan secara relatif kadar kerusakan jalan dan pencemaran lingkungan akibat penggunaan kendaraan bermotor. Sebagian besar biaya yang dikeluarkan untuk membangun jalan merupakan biaya tetap atau *fixed costs* dan tidak bergantung pada penggunaan jalan, maka dari itu PKB muncul sebagai sumber pendapatan yang stabil untuk membiayai pembangunan tersebut. Menurut Schwaab dan Tielman (2002, h. 54), pemungutan PKB tidak tergantung pada penggunaan jalan, namun sebagai gantinya tergantung pada kepemilikan kendaraan.

Pajak atas kepemilikan atau penguasaan kendaraan bermotor sejalan dengan argumentasi pemajakan atas "*luxury goods*" yaitu pajak atas Wajib Pajak yang mampu untuk membeli barang yang lebih mahal. Populasi kendaraan secara relatif mudah untuk ditentukan dan didukung dengan administrasi pendaftaran dan perizinan kendaraan yang sudah cukup baik di hampir seluruh negara membuat PKB mudah untuk dilaksanakan berdasarkan administrasi yang sudah ada sebelumnya. Sementara menurut Bahl dan Lim (1992, h. 190) alasan mengapa PKB dipungut adalah untuk mengambil keuntungan dari semakin cepatnya pertumbuhan dari dasar pengenaan pajak (penguasaan kendaraan bermotor), untuk mengambil kembali biaya dari

pengeluaran publik yang dikeluarkan untuk penggunaan kendaraan bermotor, dan untuk mengontrol biaya sosial dari penggunaan kendaraan bermotor.

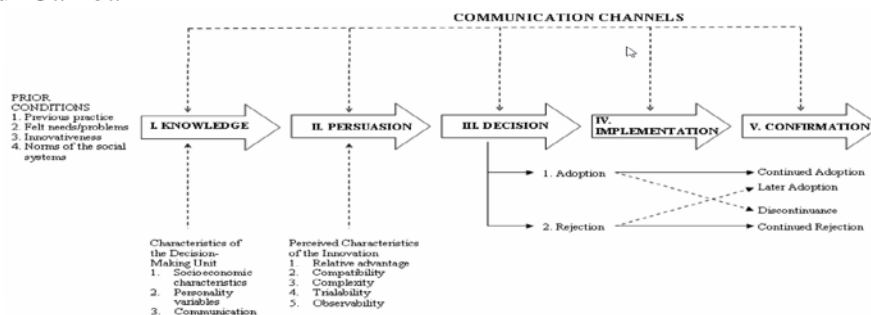
Bea Balik Nama Kendaraan Bermotor (BBNKB) adalah pajak atas penyerahan hak milik kendaraan bermotor dan kendaraan di atas air sebagai akibat perjanjian dua pihak atau perbuatan sepihak atau keadaan yang terjadi karena jual beli, tukar menukar, hibah, warisan, atau pemasukan ke dalam badan usaha. Objek BBNKB adalah penyerahan kendaraan bermotor dan subjek pajak BBNKB adalah orang pribadi atau badan yang menerima penyerahan kendaraan bermotor. Sama halnya dengan PKB, yang menjadi dasar pengenaan BBNKB adalah NJKB. Pengenaan BBNKB tidak terbatas hanya pada pengalihan hak kendaraan bermotor, tetapi juga penguasaan fisik kendaraan, sehingga dapat terjadi situasi pengalihan hak tanpa disertai penyerahan fisik atau juga sebaliknya yaitu penyerahan fisik tanpa terjadinya penyerahan hak. Kondisi ini yang diartikan sebagai penguasaan kendaraan bermotor. Menurut Samudra (2005, h.72) secara umum tujuan dari pembiayaan BBNKB I adalah untuk memperoleh Buku Pemilik Kendaraan Bermotor (BPKB).

Difusi Inovasi

Roberts (1983, h.5) merumuskan bahwa difusi adalah proses dimana sebuah inovasi dikomunikasikan melalui beberapa saluran selama beberapa waktu di antara anggota sebuah sistem sosial dan merupakan jenis komunikasi khusus yang berhubungan dengan penyebaran pesan berupa ide atau gagasan baru. Yang dimaksud dengan komunikasi adalah proses dimana para peserta proses menciptakan dan membagi informasi antara satu sama lain untuk mencapai pengertian yang sama. Kajian teori difusi inovasi merupakan landasan pemahaman tentang inovasi, mengapa orang mengadopsi inovasi, dan bagaimana inovasi tersebut berproses di antara masyarakat (Engel, Blackwell, & Miniard, 1995, h. 365). Proses difusi merupakan proses yang dimana perubahan terjadi dalam struktur dan fungsi sistem sosial, perubahan sosial sendiri terjadi dalam tiga tahapan, yaitu:

1. Tahap penemuan (*invention*), dimana ide/gagasan baru diciptakan atau dikembangkan,
2. Tahap difusi (*diffusion*), proses dimana ide/gagasan baru tersebut dikomunikasikan ke anggota sistem sosial,
3. Tahap konsekuensi (*consequence*), suatu perubahan dalam sistem sosial sebagai hasil dari adopsi atau penolakan inovasi.

Proses adopsi adalah tahapan dimana seseorang mengetahui sebuah inovasi hingga memutuskan untuk menerima atau menolak inovasi tersebut. Proses adopsi merupakan salah satu tipe pengambilan keputusan yang terdiri dari lima tahap yaitu mengetahui (*awareness*), minat (*interest*), penilaian (*evaluation*), percobaan (*trial*), dan penerimaan (*adoption*). Teori proses adopsi ini banyak dikritik oleh para ahli karena dianggap terlalu sederhana, sehubungan dengan ini dikembangkan teori *innovation-decision process* oleh Rogers (1995, h. 164) yang skemanya dapat dilihat di Gambar 1



Gambar 1 Skema Model Innovation-Decision Process

Sumber: Rogers, Everett M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press (p. 163)

Berdasarkan proses *innovation-decision* yang dikembangkan oleh Rogers di atas, terdapat lima tahapan, yaitu:

- 1) Tahap pengetahuan (*knowledge*), terjadi ketika seorang individu (atau pembuat keputusan lain) terpapar oleh keberadaan inovasi dan mendapatkan sedikit pemahaman mengenai bagaimana inovasi tersebut berfungsi.
- 2) Tahap kepercayaan (*persuasion*), terjadi ketika seorang individu (atau pembuat keputusan lain) membentuk sikap terhadap inovasi yang telah dipaparkan, baik cenderung menerima atau cenderung menolak.
- 3) Tahap keputusan (*decision*), ketika seorang individu (atau pembuat keputusan lain) akan membuat keputusan antara menerima atau menolak inovasi yang ada, namun bukan berarti setelah keputusan diambil menutup kemungkinan terjadi perubahan dalam pengadopsian.
- 4) Tahap penerapan (*implementation*), ketika individu (atau pembuat keputusan lain) mulai menggunakan inovasi dan mempelajari lebih jauh mengenai inovasi terkait.
- 5) Tahap konfirmasi (*confirmation*), ketika seorang individu (atau pembuat keputusan lain) mencari pembenaran atas keputusan yang telah dibuat baik untuk menerima atau menolak, namun seorang individu (atau pembuat keputusan lain) ini dapat membalikkan keputusan yang telah dibuat jika terdapat pesan tentang inovasi terkait yang menimbulkan pertentangan.

Model ini sejalan dengan proses belajar dan teori perubahan sikap. Rangsangan yang diterima oleh seorang individu (atau pembuat keputusan lain) berupa informasi tentang suatu inovasi tersimpan dalam diri individu sampai yang bersangkutan memberi reaksi tentang inovasi tersebut antara menerima atau menolak dan bagaimana proses ini berlangsung tergantung pada keadaan individu sebelum inovasi diperkenalkan, apakah individu merupakan orang yang menerima perubahan atau anti perubahan, bagaimana pergaulan individu tersebut serta situasi masyarakat dimana individu tinggal, apakah sudah maju atau masih tradisional. Selain keadaan sebelumnya, sifat inovasi juga berpengaruh terhadap keputusan untuk menerima atau menolak inovasi. Apakah inovasi tersebut akan menimbulkan keuntungan daripada jika memakai teknologi yang memang sudah ada sebelumnya, apakah tidak bertentangan dengan norma setempat dan apa yang sudah dikerjakan dari lama, apakah inovasi tersebut bersifat sederhana, mudah dilaksanakan, tidak kompleks, tidak mahal, dan sifat-sifat lainnya.

METODE PENELITIAN

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif berawal dari teori difusi inovasi dalam bentuk *innovation-decision process* yang dituangkan ke dalam kuesioner dengan mempertimbangkan komponen dalam proses tersebut yaitu *knowledge*, *persuasion*, *decision*, *implementation*, dan *confirmation* untuk menganalisis proses pengambilan keputusan adopsi e-Samsat oleh pembayar pajak di SAMSAT Jakarta Selatan. Pendekatan kuantitatif ini lebih cenderung memusatkan perhatian kepada isu dari bentuk model, ukuran, dan contoh dari populasi yang akan digunakan (Neuman, 2006, h. 123).

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dan kualitatif dengan harapan agar diharapkan data-data yang dapat menunjang hasil penelitian dapat diperoleh. Instrumen yang digunakan untuk metode kualitatif adalah wawancara dan untuk metode kuantitatif adalah survei, sehingga data yang diperoleh dari *mixed method* tersebut adalah data kuantitatif dan data kualitatif (Creswell, 2008, h. 4). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui data primer berupa survei dan wawancara serta data sekunder berupa studi kepustakaan dan data yang dikumpulkan dari Samsat Jakarta Selatan. Menurut Neuman (2006), survei adalah salah satu bentuk dari teknik pengumpulan data kuantitatif dimana peneliti memberikan sejumlah pertanyaan kepada sejumlah responden secara sistematis dalam rangka untuk mengetahui opini atau kepercayaan seseorang.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh Pembayar Pajak PKB dan BBNKB yang memanfaatkan pelayanan di SAMSAT Jakarta Selatan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi (Sugiyono, 2008, h. 116). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling* berupa *random sampling* dari pembayar pajak yang membayar pajak dan mengunjungi kantor Samsat selama periode November-Desember 2018. Teknik ini dipilih agar lebih merepresentasikan populasi pembayar pajak di SAMSAT Jakarta Selatan dan karena adanya keterbatasan basis data yang mumpuni dengan total sampel yang berhasil dijangkau adalah 96 responden.

Analisis data merupakan suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan (Singarimbun dan Effendi dalam Sutinah, 2010, h. 104). Penelitian ini menggunakan teknik analisis data berupa analisis deskriptif untuk mendeskripsikan proses pengambilan keputusan adopsi e-Samsat oleh pembayar pajak di Samsat Jakarta Selatan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini *innovation-decision process* yang terjadi pada pembayar pajak Samsat Jakarta Selatan dipisahkan menjadi dua berdasarkan proses yang terjadi pada bukan pengguna e-Samsat dan pada pengguna e-Samsat.

Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan e-Samsat Pada Bukan Pengguna e-Samsat di Samsat Jakarta Selatan

- Knowledge

Dari 89 responden non pengguna e-Samsat, yang mengetahui e-Samsat berjumlah 29 orang atau 32,6% dan yang tidak mengetahui e-Samsat berjumlah 60 orang dengan persentase 67,4%, jumlah yang relatif cukup besar yaitu lebih dari setengah responden tidak mengetahui e-Samsat. Artinya tingkat pengetahuan terhadap e-Samsat adalah rendah karena tidak mencapai setengah dari responden. Dari 36 orang responden non pengguna e-Samsat yang telah mengetahui e-Samsat, 79,3% atau 23 orang di antaranya telah mengetahui e-Samsat selama kurang dari 6 bulan dan sisanya mengetahui e-Samsat selama 6 bulan hingga 1 tahun. Pada tabel di bawah ini dijelaskan mengenai saluran komunikasi e-Samsat dan jumlah responden yang mengetahui e-Samsat melalui saluran tersebut.

Tabel 1 Sumber Pengetahuan Responden⁷

Sumber	Jumlah	Persentase (%)
Petugas Samsat	2 orang	6,89
Media Cetak (koran, majalah, tabloid)	4 orang	13,79
Media digital (website, media sosial, TV, radio)	18 orang	62,07
Teman	5 orang	17,24
Rekan kerja	2 orang	6,89
Keluarga	2 orang	6,89

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Dari 29 orang responden yang mengetahui e-Samsat, paling banyak mengetahui melalui saluran komunikasi berupa media digital, dengan jumlah 18 orang. Dapat diketahui bahwa untuk menyampaikan inovasi yang tergolong gagasan baru serta merupakan hasil dari pembuat kebijakan memang dibutuhkan media sebagai saluran komunikasi yang mumpuni karena mampu untuk menjangkau masyarakat luas, dibuktikan dengan banyaknya responden yang mengetahui e-Samsat baik melalui media cetak maupun media digital. Walaupun jumlah responden yang

mengetahui e-Samsat dari hubungan interpersonal tidak sebanyak responden yang mengetahui dari media, sumber pengetahuan dari teman menempati jumlah sumber tertinggi kedua maka pada dasarnya sosialisasi *mouth to mouth* juga dianggap penting karena manusia merupakan makhluk sosial serta memang dianggap lebih mudah untuk mendapatkan dan mengumpulkan informasi dari hubungan interpersonal. Lain halnya dengan kontak individu dengan agen perubahan yang dalam hal ini merupakan petugas Samsat. Dari 26 orang responden, hanya 2 orang yang mengetahui e-Samsat melalui petugas Samsat, sebagai agen perubahan seharusnya petugas Samsat dapat lebih aktif lagi untuk menyebarkan inovasi ini. Selain itu perlu adanya juga sosialisasi yang persisten serta masif sehingga dapat menjangkau masyarakat lebih luas lagi. Selain dari saluran komunikasi, pengetahuan responden juga dipengaruhi oleh indikator perilaku komunikasi dan faktor kepribadian yang dimiliki oleh masing-masing individu. Indikator perilaku komunikasi diwakili oleh pernyataan keaktifan responden mencari informasi dan untuk indikator faktor kepribadian diwakili oleh pernyataan mengenai dukungan dan harapan responden terhadap layanan e-Samsat. Jumlah responden yang aktif mencari informasi terkait e-Samsat setelah mengetahuinya kurang tinggi. Kemudian, jumlah responden yang mendukung diadakannya e-Samsat dan mempunyai harapan mengenai perkembangan e-Samsat di masa depan 29 orang atau 100% responden, artinya seluruh responden mempunyai faktor kepribadian yang optimis dan mendukung diadakannya inovasi.

- Persuasion

Tahap ini terjadi ketika seorang individu, dalam hal ini responden pembayar pajak, membentuk sikap terhadap inovasi yang telah dipaparkan, dalam hal ini e-Samsat, baik cenderung menerima atau cenderung menolak. Dalam tahap *Persuasion* terhadap lima indikator yang mempengaruhi, yaitu keuntungan (*relative advantage*), kesesuaian (*compatibility*), kerumitan (*complexity*), tingkat percobaan (*triability*), dan tingkat kenampakan hasil (*observability*).

Tabel 2 Hasil Analisis *Persuasion*

Sub-indikator Keuntungan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
E-Samsat mempunyai keuntungan relatif	4,5517	1,35188	23 orang	79,31%
E-Samsat meringankan biaya yang harus dibayar	3,7586	1,76585	15 orang	51,72%
E-Samsat mempersingkat waktu	5,2759	0,79716	28 orang	96,55%
E-Samsat lebih nyaman digunakan	5,2069	1,11417	26 orang	89,65%
E-Samsat lebih praktis	4,8966	1,14470	25 orang	86,20%
Sub-indikator Kesesuaian	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Kesesuaian e-Samsat dengan layanan pendahulu	3,4828	1,80517	16 orang	55,17%
Kesesuaian e-Samsat dengan kebutuhan responden	2,6207	1,08278	9 orang	31,03%
Sub-indikator Kemudahan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Cara kerja e-Samsat mudah dipahami	4,5862	1,08619	26 orang	89,65%
E-Samsat mudah untuk dipraktikkan	4,7241	1,06558	25 orang	86,20%
Proses pembayaran pajak dapat dilakukan dengan mudah dengan e-Samsat	4,9655	1,34915	26 orang	89,65%
Sub-indikator Tingkat Percobaan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase

Sub-indikator Keuntungan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Prosedur e-Samsat dapat diketahui dengan jelas	3,8966	1,73915	16 orang	55,17%
Dapat dilakukan percobaan sebelum memutuskan menggunakan e-Samsat	3,3448	1,39581	14 orang	48,27%
Sub-indikator Tingkat Kenampakan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Hasil e-Samsat dapat dilihat dengan jelas	3,9310	1,60203	16 orang	55,17%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Dari seluruh indikator dalam tahap *Persuasion* yang membentuk sikap responden terhadap inovasi e-Samsat, yang membuat responden cenderung menerima inovasi sehingga memperoleh frekuensi paling tinggi adalah indikator keuntungan (*relative advantage*) khususnya keuntungan bahwa e-Samsat mempersingkat waktu pembayaran pajak. Sementara untuk indikator yang membuat responden cenderung menolak inovasi e-Samsat adalah indikator kesesuaian (*compatibility*) khususnya bahwa layanan e-Samsat tidak cukup sesuai dengan kebutuhan responden, serta indikator tingkat percobaan (*triability*) dimana percobaan sebelum memutuskan untuk menggunakan e-Samsat kurang bisa dilakukan.

- *Decision*

Setelah pembayar pajak membentuk sebuah sikap terhadap paparan inovasi e-Samsat, baik cenderung menolak maupun cenderung menerima dalam tahap kepercayaan (*Persuasion*), maka tahap yang akan muncul setelahnya adalah tahap keputusan dimana pembayar pajak mengambil keputusan apakah akan mengadopsi inovasi tersebut, dalam hal ini menggunakan layanan e-Samsat. Pada tahap ini responden yang bukan pengguna e-Samsat memutuskan untuk menolak inovasi atau tidak menggunakan e-Samsat.

- *Implementation*

Untuk mengukur indikator *Implementation*, maka responden diminta untuk menilai/mengevaluasi implementasi layanan yang sudah digunakan. Dalam hal bukan pengguna e-Samsat maka responden akan menilai layanan Samsat konvensional seperti layanan di loket, Samsat *drivethru*, dll. Sub-indikator yang digunakan untuk mengevaluasi bentuk layanan pembayaran pajak adalah asas pemungutan pajak, khususnya asas kemudahan administrasi (*ease of administration*) seperti yang telah dijelaskan oleh Rosdiana dan Irianto (2012). Dalam sistem pemungutan pajak perlu diperhatikan asas atau prinsip pemungutan, dan dalam konteks layanan e-Samsat yang berupa alternatif pembayaran maka termasuk urusan administrasi dalam pembayaran pajak, maka dipilihlah asas kemudahan administrasi yang terdiri dari *certainty*, *convenience*, *efficiency*, dan *simplicity*. Untuk mengukurnya sendiri pembayar pajak diminta memberi skor dari 1 sampai dengan 7 dengan penjelasan seperti tabel di bawah ini.

Tabel 3 Hasil Analisis *Implementation* Layanan Non e-Samsat

Indikator	Penilaian (Skor)	Jumlah	Persentase	Keterangan
<i>Certainty</i>	7	52 orang	58,42%	Skor 1; tidak jelas Skor 7; jelas
<i>Convenience</i>	7	54 orang	60,67%	Skor 1; sulit Skor 7; mudah
<i>Efficiency</i>	4	35 orang	39,32%	Skor 1; mahal Skor 2; murah
<i>Simplicity</i>	7	37 orang	41,57%	Skor 1; rumit Skor 3; sederhana

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Penilaian 89 responden pembayar pajak terhadap implementasi layanan non e-Samsat yang paling tinggi adalah untuk *convenience* atau kemudahan prosedur pembayaran pajak melalui loket atau *drivethru*. Untuk penilaian yang paling rendah jatuh kepada *efficiency* atau biaya yang dikeluarkan dalam membayar pajak di loket atau *drivethru*. Biaya dalam hal ini dapat berupa waktu, biaya fotokopi, transportasi, parkir, dan lain sebagainya. Berdasarkan penilaian pembayar pajak terhadap layanan non e-Samsat yang tergolong tinggi, terlihat bahwa pembayar pajak merasa belum ada kebutuhan mendesak untuk mengadopsi e-Samsat. Membayar pajak melalui loket, *drivethru*, gerai, maupun Samsat keliling dianggap sudah cukup dan lebih mudah untuk digunakan daripada e-Samsat, karena pada akhirnya e-Samsat hanya sebuah alternatif.

- *Confirmation*

Perbedaan model *innovation-decision process* dengan model proses adopsi yang dahulu adalah diperhitungkannya proses belajar serta teori perubahan sikap. Setelah mendapat paparan informasi mengenai sebuah inovasi kemudian memutuskan sikap terhadap inovasi, apakah itu menerima dan mengadopsi ataupun menolak mengadopsi, masih terdapat kemungkinan bagi individu tersebut untuk merubah sikapnya.

Tabel 4 Hasil Analisis *Confirmation* Bukan Pengguna e-Samsat¹⁶

Konfirmasi pilihan di masa depan			
Pernyataan	Frekuensi	Persentase	
Akan tetap menolak menggunakan e-Samsat	13 orang	44,82%	
Mungkin akan menggunakan e-Samsat	16 orang	55,18%	
Total	29 orang	100%	

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Selain responden yang sudah mengetahui inovasi e-Samsat, responden yang awalnya tidak mengetahui e-Samsat pada saat awal pengisian kuesioner pun membaca serta memahami informasi dari infografis yang disisipkan dan memulai paparan awal terhadap pengetahuan mengenai e-Samsat, kemudian pada akhir pengisian kuesioner saat dikonfirmasi pun para responden mulai membentuk sikap cenderung menerima. Hal ini artinya e-Samsat sudah mempunyai citra yang positif dan sikap pembayar pajak terhadap e-Samsat sudah mulai terbentuk untuk cenderung menerima. Dengan berbagai perbaikan serta peningkatan layanan yang lebih mendengar dan memfasilitasi pembayaran pajak, e-Samsat dapat menjadi alternatif teratas bagi pembayar pajak untuk menunaikan kewajiban perpajakannya, terutama menimbang kelebihan-kelebihan yang dimiliki oleh layanan e-Samsat.

Proses Pengambilan Keputusan Penggunaan e-Samsat Pada Pengguna e-Samsat di Samsat Jakarta Selatan

- Knowledge

Sama halnya dengan proses pengambilan keputusan pada bukan pengguna, proses pengambilan keputusan pada pengguna e-Samsat tentu diawali dengan paparan informasi mengenai inovasi e-Samsat. Tentunya sebagai pengguna, seluruh responden telah mengetahui tentang e-Samsat. Adapun sumber pengetahuan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 Sumber Pengetahuan Responden

Sumber	Jumlah	Persentase (%)
Petugas Samsat	- orang	0
Media Cetak (koran, majalah, tabloid)	3 orang	42,85
Media digital (website, media sosial, TV, radio)	4 orang	57,14
Teman	- orang	0
Rekan kerja	- orang	0
Keluarga	- orang	0

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Sumber pengetahuan responden berasal dari media baik media cetak maupun media digital. Hal ini menguatkan argumen bahwa memang dibutuhkan media sebagai saluran komunikasi yang mumpuni karena mampu untuk menjangkau masyarakat luas. Jumlah responden yang aktif mencari informasi adalah sangat tinggi. Kemudian, jumlah responden yang mendukung diadakannya e-Samsat dan mempunyai harapan mengenai perkembangan e-Samsat di masa depan adalah 7 orang atau 100% responden, artinya seluruh responden mempunyai faktor kepribadian yang optimis dan mendukung diadakannya inovasi.

- Persuasion

Tabel 6 Hasil Analisis Indikator *Persuasion*

Sub-indikator Keuntungan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
E-Samsat mempunyai keuntungan relatif	5,8571	0,37796	7 orang	100%
E-Samsat meringankan biaya yang harus dibayar	5,8571	0,37796	7 orang	100%
E-Samsat mempersingkat waktu	5,4286	0,53542	7 orang	100%
E-Samsat lebih nyaman digunakan	5,7143	0,48795	7 orang	100%
E-Samsat lebih praktis	5,5714	0,53452	7 orang	100%
Sub-indikator Kesesuaian	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Kesesuaian e-Samsat dengan layanan pendahulu	6,000	0,0000	7 orang	100%
Kesesuaian e-Samsat dengan kebutuhan responden	4,7143	0,95119	5 orang	71,43%
Sub-indikator Kemudahan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Cara kerja e-Samsat mudah dipahami	5,0000	1,00000	6 orang	85,71%
E-Samsat mudah untuk dipraktikkan	5,0000	0,81650	7 orang	100%
Proses pembayaran pajak dapat dilakukan dengan mudah dengan e-Samsat	5,4286	0,53542	7 orang	100%
Sub-indikator Tingkat Percobaan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase

Sub-indikator Keuntungan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Prosedur e-Samsat dapat diketahui dengan jelas	5,2857	0,75593	7 orang	100%
Dapat dilakukan percobaan sebelum memutuskan menggunakan e-Samsat	4,5714	1,61835	5 orang	71,43%
Sub-indikator Tingkat Kenampakan	Mean	Std deviasi	Frekuensi	Persentase
Hasil e-Samsat dapat dilihat dengan jelas	4,2857	1,25257	4 orang	57,14%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Bagi responden pengguna e-Samsat, hampir seluruh indikator Persuasion mempunyai frekuensi yang sempurna, artinya responden bersikap menerima terhadap inovasi e-Samsat. Hal yang perlu digarisbawahi adalah indikator penghematan waktu jika menggunakan e-Samsat. Pengecualian pada beberapa indikator yaitu indikator kesesuaian e-Samsat dengan kebutuhan responden, cara kerja e-Samsat yang mudah dipahami, percobaan yang dapat dilakukan sebelum menggunakan e-Samsat, dan tingkat kenampakan e-Samsat. Indikator triability atau tingkat percobaan kembali muncul di proses pada pengguna e-Samsat, sama halnya dengan proses bukan pengguna. Sebagai evaluasi maka perlu diadakan percobaan atau *trial* yang dapat diakses oleh masyarakat sebagai bentuk ujicoba dan pengenalan agar pembayar pajak dapat lebih tertarik lagi dan mau menggunakan inovasi e-Samsat.

- Decision

Dari total responden, 7 orang atau 7,3% di antaranya pernah mencoba membayar pajak menggunakan e-Samsat dan memutuskan untuk selalu membayar pajak menggunakan e-Samsat. Angka pengguna ini dapat terbilang sungguh rendah, bahkan tidak mencapai 10% dari jumlah responden

- Implementation

Tabel 6 Hasil Analisis *Implementation* e-Samsat20

Indikator	Penilaian (Skor)	Jumlah	Persentase	Keterangan
<i>Certainty</i>	7	3 orang	43,9%	Skor 1; tidak jelas Skor 7; jelas
<i>Convenience</i>	7	7 orang	100%	Skor 1; sulit Skor 7; mudah
<i>Efficiency</i>	7	6 orang	85,7%	Skor 1; mahal Skor 2; murah
<i>Simplicity</i>	7	5 orang	71,4%	Skor 1; rumit Skor 3; sederhana

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Penilaian yang diberikan oleh pengguna e-Samsat terhadap pelaksanaan e-Samsat mendapat nilai yang tinggi dengan skor maksimal 7. Untuk penilaian yang memiliki frekuensi paling rendah sebesar 43,9% adalah certainty atau kejelasan prosedur dalam pelaksanaan e-Samsat. Hal ini karena petunjuk pelaksanaan e-Samsat yang belum dapat diakses secara mudah serta belum adanya kejelasan peraturan spesifik yang mengatur tentang tata cara pelaksanaan pembayaran PKB atau BBNKB melalui e-Samsat. Hingga saat ini peraturan terkait e-Samsat masih secara umum tertuang dalam Perpres Nomor 5 Tahun 2015 dan Pergub Nomor 146 Tahun 2014. Walaupun terdapat halangan dalam kejelasan prosedur pembayaran melalui e-Samsat, petugas

Samsat terutama Bank DKI selalu mengarahkan pelayanan terbaik dalam membantu memberi informasi dan menolong pembayar pajak yang berusaha untuk membayar menggunakan e-Samsat. Bagi pembayar pajak yang sudah mengadopsi e-Samsat terlihat bahwa mayoritas sangat puas dengan kinerja e-Samsat dan akan terus membayar pajak menggunakan e-Samsat, walaupun penilaian pembayar pajak terhadap layanan non e-Samsat yang tergolong tinggi yang memperlihatkan bahwa pembayar pajak merasa belum ada kebutuhan mendesak untuk mengadopsi e-Samsat. Membayar pajak melalui loket, *drivethru*, gerai, maupun Samsat keliling dianggap sudah cukup dan lebih mudah untuk digunakan daripada e-Samsat, karena pada akhirnya e-Samsat hanya sebuah alternatif. Jika pengguna e-Samsat dapat dengan sangat puas memberikan penilaian bernilai tinggi, maka seharusnya e-Samsat dianggap sebagai alternatif yang mempunyai banyak nilai keuntungan dibandingkan yang lainnya.

Hasil penelitian Ulum et al., 2015) tentang kualitas pelayanan e-Samsat di Jawa Timur memperoleh hasil bahwa e-Samsat memang memiliki keunggulan dengan memberikan kemudahan bagi wajib pajak dalam membayar pajak kendaraan bermotor (PKB), dikarenakan program e-Samsat memenuhi sepuluh unsur tentang pedoman kualitas penyelenggaraan publik yang baik, penilaian pengguna e-Samsat pun cukup tinggi.

- Confirmation

Tabel 7 Hasil Analisis Rekomendasi Pembayar Pajak²²

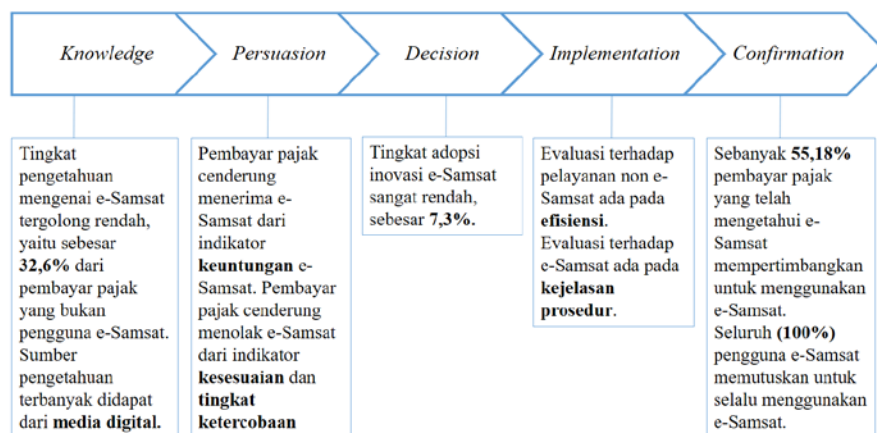
Pernyataan	Frekuensi	Persentase
Akan merekomendasikan pembayaran pajak melalui loket	89 orang	92,7%
Akan merekomendasikan pembayaran pajak melalui e-Samsat	7 orang	7,3%
Total	96 orang	100%

Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Setelah dikonfirmasi, seluruh responden yang telah memutuskan untuk menggunakan e-Samsat akan melanjutkan tetap menggunakan e-Samsat dalam membayar pajak ke depannya. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna e-Samsat sangat baik dan pengguna e-Samsat puas dengan hasil dari e-Samsat. Untuk konfirmasi lebih lanjut, baik pengadopsi maupun non pengadopsi e-Samsat ditanyakan mengenai rekomendasi mereka terhadap pilihan pembayaran pajak.

Model Innovation-decision Process Pembayar Pajak terhadap Inovasi e-Samsat di Samsat Jakarta Selatan

Berdasarkan penjabaran masing-masing tahap dalam proses pengambilan keputusan penggunaan e-Samsat oleh pembayar pajak Samsat Jakarta Selatan baik yang bukan pengguna maupun pengguna e-Samsat, dapat diperjelas dengan skema berikut.



Gambar 2 Skema *Innovation-Decision Process* atas Inovasi e-Samsat
Sumber: Diolah oleh peneliti, 2018

Seperti yang dapat dibaca dari hasil penelitian di atas, tahapan yang paling signifikan terhadap proses pengambilan keputusan penggunaan/adopsi e-Samsat oleh pembayar pajak di Samsat Jakarta Selatan ada pada tahap pengetahuan (*knowledge*). Hal ini dikarenakan tingkat pengetahuan yang rendah yaitu sebesar 32,6% dari pembayar pajak yang bukan pengguna e-Samsat. Tanpa adanya pengetahuan mengenai sebuah inovasi maka pembayar pajak tidak dapat membentuk sikap terhadap inovasi tersebut, baik cenderung menolak ataupun cenderung menerima, dan juga tidak dapat lanjut ke tahap berikutnya yaitu pemilihan keputusan apakah akan mengadopsi atau tidak mengadopsi inovasi berupa e-Samsat ini.

SIMPULAN

Berdasarkan survei yang dilakukan kepada 96 pembayar pajak di Kantor Bersama Samsat Jakarta Selatan telah diketahui hasil proses pengambilan keputusan penggunaan e-Samsat oleh pembayar pajak baik yang merupakan bukan pengguna maupun yang pengguna e-Samsat yang memberikan hasil bahwa tingkat pengetahuan pembayar pajak di Samsat Jakarta Selatan mengenai layanan e-Samsat relatif rendah dan pembayar pajak yang mengetahui e-Samsat pun tidak terlalu aktif mencari informasi terkait e-Samsat. Pada tahap kepercayaan, yang membuat pembayar pajak cenderung menerima dan mengadopsi e-Samsat adalah dari segi keuntungan sementara yang membuat pembayar pajak cenderung menolak untuk mengadopsi e-Samsat adalah dari segi kesesuaian dan tingkat percobaan inovasi. Kemudian pada tahap keputusan, keputusan pembayar pajak untuk menggunakan e-Samsat terbilang sangat rendah, dengan angka kurang dari 10 persen, hal ini dikarenakan hambatan dalam dua tahap sebelumnya, yaitu tingkat pengetahuan tentang e-Samsat yang rendah dan pertimbangan pembayar pajak akan kekurangan yang dimiliki e-Samsat masih lebih berat dari kelebihan yang dimiliki e-Samsat. Saat inovasi sudah diterima dan digunakan maka akan muncul tahap penerapan dimana penilaian pembayar pajak terhadap pelayanan pendahulu e-Samsat (loket, gerai, *drivethru*, Samsat keliling) tergolong baik dan dianggap cukup serta mudah untuk dilaksanakan. Sifat inovasi e-Samsat yang hanya alternatif pembayaran dan tidak bersifat memaksa membuat pembayar pajak lebih memilih untuk tetap menggunakan layanan yang memang sudah ada sebelumnya. Penilaian pengguna e-Samsat terhadap e-Samsat sendiri juga sangat tinggi dan positif, serta pengguna e-Samsat memilih untuk terus menggunakan e-Samsat. Oleh karena itu seharusnya e-Samsat dianggap sebagai alternatif yang memiliki lebih banyak keuntungan, jika saja pembayar pajak dapat mencoba untuk menerapkan e-Samsat dan merasakan kelebihan dari e-Samsat. Pada akhirnya akan muncul tahap konfirmasi dimana lebih dari setengah pembayar pajak yang tidak menggunakan e-Samsat

mempertimbangkan akan menggunakan e-Samsat di masa depan, serta seluruh pengguna e-Samsat memutuskan akan tetap menggunakan e-Samsat di masa depan.

Adapun saran yang dapat diberikan adalah perlunya diadakannya sosialisasi yang luas dan masif serta menjangkau lebih banyak audiens, terutama sosialisasi melalui media digital karena mayoritas pengetahuan pembayar pajak terhadap e-Samsat berasal dari media digital serta membuat program untuk petugas pajak yang berhubungan langsung dengan pembayar pajak dimana petugas pajak mensosialisasikan layanan e-Samsat selagi Wajib Pajak melakukan pembayaran melalui loket/*drivethru*/Samsat keliling agar ketertarikan Wajib Pajak dapat terpancing hingga memberikan asistensi bantuan dan layanan informasi bagi Wajib Pajak yang tertarik menggunakan e-Samsat. Kemudian perlu memperjelas regulasi spesifik terkait pelaksanaan e-Samsat serta memperbaiki dan menyempurnakan sistem pelaksanaan e-Samsat dari proses registrasi dan identifikasi serta dari proses penukaran bukti pembayaran dengan SKPD dan pengecapan STNK agar dapat lebih mudah lagi diraih oleh Wajib Pajak tanpa perlu datang ke Kantor Bersama Samsat, misalkan di Unit Pelayanan Pajak Daerah yang tersebar per kecamatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahl, Roy W & Linn, Johannes F. (1992). *Urban public finance in developing countries*. New York: Oxford University Press.
- Bird, Richard M. (1993). Threading the fiscal labyrinth : Some issues in fiscal decentralization. *National Tax Journal* vol. 46, No. 2, pp. 207-27.
- Creswell, J. W. (2008). *Research design qualitative, quantitative and mixed methods Approaches*. SAGE Publication.
- Engel, J. F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1995). *Consumer behavior*. Chicago: The Dryden Press
- Lee, Nag Yeon, & Kwangsok, Oh. (2011). Academy of ICT Essentials for Government Leaders. *Module 3: E-government applications*. UN APCICT.
- Moenir, H.A.S.. (1998). *Manajemen pelayanan umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Neuman, W. L. (2006). *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Pearson Education.
- Rogers, Everett M. (1995). *Diffusion of innovations*. New York: The Free Press.
- Rosdiana, Haula, & Edi Slamet Irianto. (2012). *Pengantar ilmu pajak: Kebijakan dan implementasi di Indonesia*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Schwaab, A. Jan & Thielmann, Sascha. (2002). *Policy guidelines for road transport pricing: A practical step-by-step approach*. New York: United Nations.
- Samudra, Azhari A. (2015). *Perpajakan di Indonesia: keuangan, pajak dan retribusi daerah*. Jakarta: Rajawali Press.
- Siahaan, Marihot P. (2005). *Pajak daerah dan retribusi daerah*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif dan pendekatan kuantitatif. "kualitatif dan R&D."* Bandung: Alfabeta.
- Sutinah, Bagong Suyanto. (2010). *Metode penelitian sosial: Berbagai alternatif pendekatan*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Nurhamidah, Kurniawan, A., Umiyati, I. (2018). Analisis perilaku pengguna teknologi atas penerimaan layanan e-samsat menggunakan model TAM dan TPB (studi kasus pada Samsat Wilayah Kabupaten Subang). *Accruals (Accounting Research Journal of Sutaatmadja)* vol. 1, No. 1, p 28-40.
- Dewi, Pipit Febriana. (2018). *Faktor Penentu Penolakan dan Adopsi E-Samsat oleh Masyarakat: Studi Kualitatif di Kabupaten Pacitan*. Tesis Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

- Ulum, Bahrul, & Isbandono, Prasetyo. (2015). Kualitas pelayanan electronic samsat pada kantor sistem manunggal satu atap (samsat) Manyar Kertoarjo Surabaya Timur. *Publika* vol. 01, No. 1, p 1-11.
- Hertiarani, Wiwiet. (2015). *Implementasi Kebijakan E-Samsat di Jawa Barat*. Inspektorat Pengawasan Kepolisian Daerah Jawa Barat.
- Wigati, Rere Karlina. (2016). *Implementasi Pembayaran Pajak Kendaraan Bermotor Melalui E-Samsat di DKI Jakarta Ditinjau dari Asas Kemudahan Administrasi*. Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Indonesia. Depok.